

## ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DE MARKETING

---

### ESTRATÉGIA E PLANEAMENTO DE MEIOS PARA MARKETERS

---

DATA	HORÁRIO	DURACÃO	LOCAL
27/04/2023	13h30/13h30	8 horas	Online
28/04/2023	14h30/18h30		

---

#### OBJETIVO GERAL:

Fornecer os conhecimentos necessários a uma boa avaliação de uma estratégia/plano de meios, do ponto de vista estratégico e de condições de compra e os conhecimentos para garantir segurança nas decisões de media;  
Compreender o processo de estratégia e planeamento e compra de meios em Portugal.

---

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Conhecer o mercado de media em Portugal e o seus players;
  - ✓ Saber como construir um briefing de media de forma a garantir a melhor resposta por parte das agências de meios;
  - ✓ Saber identificar os diferentes meios e perceber as suas principais características;
  - ✓ Compreender o processo de planeamento, através do conhecimento das fontes de informação existentes e dos principais indicadores de media, de forma a fazer uma análise informada das propostas das agências de meios;
  - ✓ Saber analisar as principais variáveis de um plano de meios para garantir que responde de forma eficaz aos objetivos transmitidos no briefing;
  - ✓ Conhecer os diferentes modelos de negociação de meios para conseguir avaliar as propostas das agências.
-

**CONTEÚDOS:**

Tema	Carga horária	Conteúdos
O mercado de media em Portugal	1h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Caracterização mercado media português;</li> <li>➤ Evolução dos investimentos publicitários;</li> <li>➤ O media mix do mercado português;</li> <li>➤ As audiências dos principais meios;</li> <li>➤ Os principais players.</li> </ul>
O ecossistema do mercado da comunicação	30m	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Principais intervenientes.</li> </ul>
O briefing de meios	1h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ As componentes de um briefing.</li> </ul>
A estratégia de meios	2h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ A importância do research;</li> <li>➤ Fontes de informação e ferramentas disponíveis no Mercado;</li> <li>➤ O targeting;</li> <li>➤ A definição da estratégia;</li> <li>➤ Características de cada meio e formatos;</li> <li>➤ Estratégias de airing;</li> <li>➤ Definição de KPI's;</li> </ul>
O processo de planeamento e compra de meios	2h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Overview sobre planeamento offline e online;</li> <li>➤ Conceitos de media a ter em conta na análise de um plano de meios.</li> </ul>
O processo de compra de meios	1h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Modelos de negociação.</li> </ul>
Medição da eficácia dos meios	30m	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formas de medir e controlar.</li> </ul>

**PREÇO ASSOCIADO: 160€+IVA**
**PREÇO NÃO ASSOCIADO: 210€+IVA**

**FORMADORA: MARTA MARQUES**

É Client Service Director da Ebiquity, líder mundial em análise de investimentos de media, professora convidada nas áreas de Marketing e Media Digital no ISEG Executive Education e em Gestão e Planeamento de Meios na FLAG.

Com mais de 20 anos de experiência em media, no seu percurso passou pelas agências de meios OMD e PHD, do Omnicom Media Group, onde trabalhou clientes locais e globais numa grande diversidade de segmentos.

Pós-graduada em Marketing Digital pelo ISEG Executive Education e licenciada em Comunicação Empresarial pelo Instituto Superior de Comunicação Empresarial.